

Karolina Michalska

Analiza oferty biur podróży skierowanej do dzieci i młodzieży w województwie zachodniopomorskim

Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 2 (34), 225-236

2016

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ANALIZA OFERTY BIUR PODRÓŻY SKIEROWANEJ DO DZIECI I MŁODZIEŻY W WOJEWÓDZTWIE ZACHODNIOPOMORSKIM

KAROLINA MICHALSKA

Uniwersytet Szczeciński
e-mail: karolina.michalska@wzieu.pl

SŁOWA KLUCZOWE

turystyka dzieci i młodzieży, biuro podróży, oferta turystyczna, województwo zachodniopomorskie

STRESZCZENIE

Biura podróży, jako jedno z wielu przedsiębiorstw funkcjonujących na rynku turystycznym, odgrywają niezwykle istotną rolę w organizacji wyjazdów turystycznych dla dzieci i młodzieży. Coraz więcej osób w młodym wieku korzysta bowiem z gotowych ofert proponowanych właśnie przez te podmioty. Głównym celem artykułu jest wyodrębnienie biur podróży zajmujących się organizacją wypoczynku dla omawianej grupy w województwie zachodniopomorskim oraz określenie profili prezentowanej przez nie oferty turystycznej. W związku z tym zapoznano się z literaturą przedmiotu, przeprowadzono analizę materiałów źródłowych, w tym głównie raportów Centralnej Ewidencji Organizatorów i Pośredników Turystycznych, a także dokonano przeglądu stron internetowych wybranych organizatorów. W wyniku przeprowadzonych rozważań wykazano, że we wskazanym obszarze występuje niewielka liczba biur podróży specjalizujących się w wyjazdach turystycznych dzieci i młodzieży. Przedstawiona tematyka wydaje się być godna uwagi m.in. ze względu na specyfikę grupy docelowej oraz istnienie luki w raportach, analizach i opracowaniach kompleksowo ujmujących badania biur podróży nastawionych na obsługę turystyczną młodego pokolenia.

Wprowadzenie

Turystyka dzieci i młodzieży stanowi współcześnie bardzo istotny i zarazem specyficzny segment rynku turystycznego. Wynika to przede wszystkim z faktu, że spośród wszystkich grup społecznych pozostaje ona najbardziej aktywną pod względem mobilności turystycznej. I tak, w czasie wolnym od zajęć szkolnych, jedni pozostają w miejscu swojego zamieszkania, ograniczając się

do form oferowanych przez szkołę, inni odwiedzają krewnych, a jeszcze inni (ma to miejsce coraz częściej) korzystają z gotowych ofert proponowanych przez funkcjonujące na rynku biura podróży.

W niniejszym opracowaniu podjęto próbę wyodrębnienia biur podróży zajmujących się organizacją wypoczynku dla dzieci i młodzieży w województwie zachodniopomorskim oraz analizy proponowanych przez nie ofert turystycznych dla młodego konsumenta. Artykuł składa się z wprowadzenia, trzech części merytorycznych oraz podsumowania. Pierwsza część merytoryczna obejmuje teoretyczne aspekty, dotyczące istoty i znaczenia biur podróży w zaspokajaniu potrzeb turystycznych dzieci i młodzieży. Druga natomiast zawiera charakterystykę najczęściej występujących na rynku rodzajów ofert turystycznych przeznaczonych dla omawianej grupy docelowej. W trzeciej części uwaga autora skupia się na analizie konkretnych biur podróży funkcjonujących na obszarze województwa zachodniopomorskiego oraz ich ofercie wypoczynku dla dzieci i młodzieży.

Istota i rola działalności biur podróży na rynku turystyki dzieci i młodzieży

Powstanie, rozwój oraz intensywny wzrost znaczenia rynku biur podróży w obsłudze ruchu turystycznego datuje się na połowę XIX wieku, kiedy to Anglik Thomas Cook założył pierwsze biuro podróży i regularnie zaczął zajmować się organizacją zbiorowych wycieczek najpierw do Europy, a z biegiem czasu dookoła świata (Mikuta, Świątkowski, 2008, s. 98).

Pojęcie „biura podróży” ulegało na przestrzeni lat licznym zmianom, zarówno pod względem cech, jak i poszczególnych elementów działalności. Obecnie, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych z dnia 29 sierpnia 1997 roku, na rynku turystycznym biura podróży mogą funkcjonować w charakterze: organizatora turystyki (touroperatora), agenta turystycznego bądź pośrednika turystycznego. Pierwszy z nich zajmuje się nabywaniem częściowych usług turystycznych (np. zakwaterowania, wyżywienia czy usług transportowych) od ich wytwórców, łącząc je następnie w jedną całość i tworząc tym samym określoną ofertę dla masowego odbiorcy (tzn. dla dzieci i młodzieży o określonej grupie wiekowej i konkretnych zainteresowaniach) lub na konkretne zamówienie klienta, np. na zlecenie szkoły (Konieczna-Domańska, 2012, s. 100). Przykładem takiej oferty może być obóz językowy w Wielkiej Brytanii czy kolonia letnia w Darłowie. Organizator turystyki działa w imieniu własnym i na własny rachunek, ponosząc odpowiedzialność za całość kształtu oferty – tzn. wyznaczony standard usług oraz ich realizację zgodnie z zawartą z klientem umową o świadczenie usług turystycznych (Konieczna-Domańska, 2012, s. 100).

Agent turystyczny natomiast jest przedsiębiorcą, którego działalność polega na stałym pośredniczeniu w zawieraniu umów o świadczenie usług turystycznych na rzecz organizatorów turystyki posiadających zezwolenia w kraju lub na rzecz innych usługodawców posiadających siedzibę w kraju. Innymi słowy, działa on w imieniu i na rzecz wytwórcy usługi częściowej (np. linii lotniczej, hotelu, towarzystwa ubezpieczeniowego) bądź samego producenta skondensowanej oferty (Michalska-Dudek, Przeorek-Smyka, 2010, s. 32). Co więcej, nie ponosi on żadnej odpowiedzialności za sprzedaż usług. Odpowiada jedynie za należytą staranność w zawieraniu umów w imieniu organizatora lub innego producenta usług. Podstawowym jego zadaniem jest więc zapewnienie usługodawcy dostępu do rynku zbytu, natomiast klientowi (grupie dzieci i młodzieży

oraz pośrednio rodzicom/opiekunom) – dostępu do usług turystycznych (Konieczna-Domańska, 2008, s. 17–18).

Ostatnim z wymienionych w ustawie o usługach turystycznych rodzajem biura podróży jest pośrednik turystyczny. Zdaniem J. Kaczmarka, A. Stasiaka i B. Włodarczyka (2005, s. 273) jest to jednak niezbyt trafne określenie i powinno zostać zastąpione terminem brokera turystycznego. Otóż, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, jego działalność wiąże się z wykonywaniem na zlecenie konkretnego klienta czynności faktycznych i prawnych związanych z zawieraniem umów o świadczenie usług turystycznych (Ustawa..., 1997). Nie odpowiada on bezpośrednio za wykonanie usług przez usługodawcę (np. ośrodek wypoczynkowy, w którym zakwaterowana jest grupa dzieci i młodzieży czy przewodnika). Jego odpowiedzialność sprowadza się zazwyczaj tylko do wyboru usługodawcy lub organizatora turystyki (Meyer, 2006, s. 88). Mając wobec tego na uwadze rozumienie terminów, tj. touroperator i agent turystyczny, można uznać zdanie wymienionych powyżej autorów za słuszne, bowiem działalność obu opiera się również niejako o pośrednictwo w zawieraniu umów o świadczenie usług turystycznych.

Rolą biur podróży w systemie obsługi ruchu turystycznego jest zatem zbliżenie oferty usługodawców turystycznych do ostatecznych nabywców tych usług, czyli w tym przypadku dzieci i młodzieży. Jak powszechnie wiadomo, korzystanie z gotowych propozycji ofert turystycznych pozytywnie wpływa na dzieci i młodzież. Są one bowiem dostosowane do ich zainteresowań, ponadto wyrabiają nawyk racjonalnego i pożytecznego spędzania czasu wolnego, podnoszą sprawność fizyczną, uczą wytrwałości i współzawodnictwa, integrują grupę, a także mają duży wpływ na rozwój intelektualny. Przedstawione argumenty świadczą o tym, że znaczenie biur podróży na rynku turystyki dzieci i młodzieży nie odzwierciedla się jedynie w wymiarze *stricte* ekonomicznym, lecz również społecznym.

Charakterystyka ofert turystycznych adresowanych do dzieci i młodzieży

Samo pojęcie „oferty”, choć jest terminem ekonomicznym, ściśle związanym z funkcjonowaniem gospodarki rynkowej, nie znajduje miejsca w publikacjach naukowych z zakresu funkcjonowania rynku. Elementy rynku związane z ofertą określane są jako: produkt, cena oraz jakość. Niemniej jednak oferta kreowana jest przez podmioty strony podaźowej (w tym przypadku biura podróży) i skierowana na konsumenta (dzieci i młodzież) – masowo bądź indywidualnie. Najogólniej zatem ofertę turystyczną należy pojmować jako zespół elementów ją tworzących, będący propozycją sprzedaży produktów i zachętą do kupna, a także stanowiący podstawę do zawarcia transakcji, tj. umowy kupna–sprzedaży (Panasiuk, 2014, s. 121).

Biura podróży dysponują różnorodnymi ofertami dla dzieci i młodzieży. Z tego względu możliwe staje się dokonanie wielu ich klasyfikacji. W tabeli 1 zestawiono oferty turystyczne dla dzieci i młodzieży wraz z określonymi kryteriami podziału.

Najbardziej popularną formą wypoczynku dzieci i młodzieży jest wycieczka. Przybiera ona najczęściej formę grupowych podróży odbywających się według ściśle określonego programu. Cechuje ją wspólna trasa, środek transportu oraz krótkie pobyty w odwiedzanych miejscowościach.

Głównym celem tego typu wyjazdów jest kształtowanie i popularyzacja wśród dzieci i młodzieży zainteresowań krajoznawczych związanych z poznawaniem swojego regionu i ojczyzny, np. zwiedzanie zabytków architektury danej miejscowości, udział w lokalnych koncertach (Toczek-Werner, 2005, s. 105–107).

„Zielone szkoły”, jako kolejna z ofert biur podróży dla dzieci i młodzieży, są nieco zbliżone charakterem do wycieczek szkolnych. Najogólniej można je określić mianem śródrocznych wyjazdów, podczas których cały proces dydaktyczny zostaje przeniesiony w plener (Łobożewicz, Bieńczyk, 2001, s. 203). Wyjazdy te służą przede wszystkim edukacji ekologicznej dzieci i młodzieży, umożliwiając wykształcenie poszanowania środowiska przyrodniczego. Realizacja programu nauczania odbywa się w oderwaniu od bezpośredniego środowiska szkolnego, na wybranym uprzednio terenie, cieszącym się odpowiednim mikroklimatem czy osobliwościami kultury (Bochenek, 2008, s. 43). Najczęściej są to obszary położone w sąsiedztwie parków narodowych i krajobrazowych lub w miejscach o bogatych walorach przyrodniczych (Denek, 2009, s. 43).

„Zielone szkoły” skłaniają do obserwacji zachowań rozwijającej się grupy dzieci i młodzieży. Bogactwo oddziaływania na podopiecznych przewyższa w takim przypadku system klasowo-lekcyjny, gdyż nie odnosi się jedynie do określonych ram czasowych, lecz ma wymiar całodobowy (Denek, 2009, s. 43).

Tabela 1. Przykładowe rodzaje ofert turystycznych adresowane do dzieci i młodzieży z uwzględnieniem poszczególnych kryteriów

Kryterium podziału	Przykłady ofert turystycznych
Cel wyjazdu	<ul style="list-style-type: none"> – oferty o charakterze poznawczym (np. wycieczki szkolne do miast o bogatej historii) – oferty o charakterze wypoczynkowym (np. pobyt nad morzem, jeziorem) – oferty specjalistyczne (np. obozy narciarskie, żeglarskie, wędkarskie itd.)
Charakter oferty	<ul style="list-style-type: none"> – oferty objazdowe (zmiana miejsca pobytu – np. po najładniejszych miastach Hiszpanii) – oferty pobytowe (jedno miejsce – np. kolonia letnia dla dzieci w Ustroniu Morskim) – oferty pobytowo-objazdowe
Kraj realizacji oferty względem siedziby organizatora	<ul style="list-style-type: none"> – oferty krajowe – oferty zagraniczne
Miejsce sprzedaży oferty w stosunku do siedziby biura	<ul style="list-style-type: none"> – oferty wyjazdowe – oferty przyjazdowe
Środek transportu	<ul style="list-style-type: none"> – oferty z dojazdem własnym – oferty z transportem zorganizowanym (np. autokar, kolej)
Twórca oferty	<ul style="list-style-type: none"> – oferty własne (indywidualne oferty biura sprzedawane przez katalogi) – oferty zlecone (np. na rzecz szkoły, związku harcerskiego z załączonym programem i koszto-rysem – tzw. „zielone szkoły”)
Zakres świadczeń zawartych w ofercie	<ul style="list-style-type: none"> – oferty podstawowe (zawierające usługi niezbędne do przebywania poza miejscem stałego zamieszkania) – oferty poszerzone (z dodatkowymi dobrami i usługami wpływającymi na wzrost ich atrakcyjności) – oferty fakultatywne (elementy dodatkowe, dołączone do oferty podstawowej lub poszerzonej za dopłatą)
Okres trwania	<ul style="list-style-type: none"> – oferty odbywające się latem (koniec czerwca, w lipcu oraz sierpniu) – oferty odbywające zimą (ferie zimowe) – oferty odbywające się w weekend – oferty jedno- lub wielodniowe

Źródło: Kurek (2011), s. 363–364; Michalska-Dudek, Przeorek-Smyka (2010), s. 110; Bosiacki, Śniadek (2004), s. 39.

Do najbardziej rozpowszechnionych ofert zorganizowanego wypoczynku dzieci i młodzieży należą kolonie i obozy. Uczestnikami kolonii powinni być uczniowie szkół podstawowych, w przedziale wiekowym od 7 do 13 lat. Obozy natomiast winno się organizować dla młodzieży w wieku 14–19 lat (Nawara, 2012, s. 7). Często jednak biura podróży łączą obie grupy wiekowe podczas wypoczynku, co wynika niekiedy z niedostatecznej liczby chętnych do wzięcia udziału w konkretnym obozie czy kolonii. Turnusy podczas tego typu wyjazdów trwają zazwyczaj od 8 do 14 dni (zarówno oferty o charakterze wypoczynkowym, jak specjalistycznym). Za podstawowy cel kolonii i obozów uważa się m.in. stworzenie optymalnych warunków zdrowego i bezpiecznego wypoczynku, umożliwiającego regenerację sił fizycznych i psychicznych po całym roku nauki w szkole, a co w efekcie wpłynie również na umiejętne przygotowywanie przez młode pokolenie własnego wypoczynku w przyszłości.

Analiza rynku biur podróży w województwie zachodniopomorskim oraz ich oferty skierowanej do dzieci i młodzieży

Podstawowym źródłem wszelkich danych dotyczących działalności biur podróży w Polsce jest Centralna Ewidencja Organizatorów i Pośredników Turystycznych – wykaz prowadzony przez Ministerstwo Sportu i Turystyki. Umożliwia on pozyskanie informacji na temat przedsiębiorstw funkcjonujących w charakterze organizatora turystyki (touroperatora), pośrednika turystycznego bądź podmiotu łączącego obie funkcje, przede wszystkim w zakresie legalności działania, posiadania stosownego zabezpieczenia finansowego na rzecz klientów, ewentualnego postępowania o wykreślenie z rejestru czy zakazu prowadzenia działalności. Wykaz ten nie obejmuje agentów turystycznych, ponieważ występują oni w imieniu organizatora, posiadającego wpis do rejestru.

W niniejszej pracy dane uzyskane z Centralnej Ewidencji Organizatorów i Pośredników Turystycznych pozwoliły autorce na przeprowadzenie analizy zarówno rynku biur podróży w województwie zachodniopomorskim, jak i ich oferty skierowanej do dzieci i młodzieży. W początkowej fazie analizy danych wtórnych, wszystkie zawarte w wykazie podmioty poddano weryfikacji odnosząc się do aktualności i miejsca świadczenia usług. Oznacza to, że spośród wszystkich posiadających wpis wyłoniono wyłącznie te, których działalność nie została zawieszona bądź objęta zakazem, i przyporządkowano zgodnie z obszarem działalności (podział na konkretne miejscowości). Następnie dokonano przeglądu stron internetowych podmiotów w celu ustalenia, które z nich posiadają w swojej ofercie propozycje wyjazdów turystycznych dla dzieci i młodzieży, a jeśli tak, to jakiego rodzaju są to wyjazdy. Przeprowadzona w ten sposób analiza umożliwiła sporządzenie zestawienia biur podróży, specjalizujących się zarówno w wypoczynku dzieci i młodzieży, jak i tych, których propozycje stanowiły jedną z gałęzi oferty ogólnej. Ponadto, podjęte badanie pozwoliło na wskazanie poszczególnych rodzajów ofert, proponowanych przez biura podróży na rynku turystyki dzieci i młodzieży.

W województwie zachodniopomorskim w 2015 roku liczba podmiotów znajdujących się w Centralnej Ewidencji Organizatorów i Pośredników Turystycznych wynosiła łącznie 163 biura

podróży (tab. 2), a zatem 4,18% ogółu zarejestrowanych. Wynik ten przełożył się na zajęcie 8 miejsca w ogólnej klasyfikacji wszystkich województw.

Tabela 2. Biura podróży zarejestrowane w Centralnej Ewidencji Organizatorów i Pośredników Turystycznych w roku 2015 – podział według województw

Wyszczególnienie	Liczba podmiotów
Dolnośląskie	321
Kujawsko-pomorskie	105
Lubelskie	135
Lubuskie	56
Łódzkie	203
Małopolskie	504
Mazowieckie	842
Opolskie	73
Podkarpackie	137
Podlaskie	89
Pomorskie	288
Śląskie	507
Świętokrzyskie	74
Warmińsko-mazurskie	118
Wielkopolskie	286
Zachodniopomorskie	163
Polska ogółem	3901

Źródło: Centralna Ewidencja i Wykazy w Turystyce.

Największa koncentracja biur podróży występowała na terenie województw o największej liczbie ludności, wysokim potencjale wyjazdowym mieszkańców, a także o bogatych walorach turystycznych, tj. mazowieckim, śląskim i małopolskim. Na Mazowszu były zarejestrowane bowiem 842 biura podróży, co stanowiło 21,58% łącznej liczby podmiotów. Tak wysoka pozycja uwarunkowana jest w głównej mierze atrakcyjnością stolicy, a także zazwyczaj tym, że wiele biur podróży otwiera swoje przedstawicielstwa w Warszawie, nawet wtedy, gdy funkcjonują na terenie innego województwa.

Warto zauważyć, że w województwie zachodniopomorskim w 2015 roku najwięcej biur podróży łączyło funkcję organizatora i pośrednika turystycznego (tab. 3). Podmioty te stanowiły 66,87% wszystkich biur podróży prowadzących działalność na terenie województwa zachodniopomorskiego. Najmniej liczną grupą okazały się natomiast te, których charakter działalności opierał się tylko na usługach w zakresie pośrednictwa. Na przestrzeni pięciu lat, tj. od 2010 do 2015 roku, liczba pośredników w województwie zachodniopomorskim była niezmienna i wynosiła 2 podmioty, co dawało 1,23% ogółu wszystkich biur podróży w województwie zachodniopomorskim.

Dalsza analiza biur podróży znajdujących się w Centralnej Ewidencji Organizatorów i Pośredników Turystycznych wykazała, że wśród wskazanych w tabeli drugiej 163 podmiotów działających na obszarze województwa zachodniopomorskiego znajdowało się 7 biur o nieaktualnej

już działalności, tj. dwa biura z zakazem prowadzenia działalności (oba biura z Koszalina) oraz 5 z zadeklarowanym, tymczasowym zawieszeniem funkcjonowania (4 biura z Koszalina oraz 1 biuro z Choszczna). Łączna liczba biur podróży świadczących usługi turystyczne wyniosła zatem 156 podmiotów i stała się tym samym bazą do wyodrębnienia tych, które posiadają w swojej ofercie propozycje wypoczynku dla dzieci i młodzieży.

Tabela 3. Biura podróży w województwie zachodniopomorskim według przedmiotu działalności w latach 2010–2015

Przedmiot działalności	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Organizator	41	43	43	46	48	52
Pośrednik	2	2	2	2	2	2
Organizator/Pośrednik	51	61	72	83	99	109
Razem	94	106	117	131	149	163

Źródło: Centralna Ewidencja i Wykazy w Turystyce.

Po dokonaniu przeglądu stron internetowych wszystkich podmiotów zdiagnozowano łącznie 38 biur podróży w województwie zachodniopomorskim, oferujących wyjazdy turystyczne dla młodych konsumentów (tab. 4). Wszystkie wymienione w poniższej tabeli biura podróży zostały następnie podzielone na dwie zasadnicze grupy, a mianowicie:

1. Biura specjalizujące się w organizacji wyjazdów turystycznych dla dzieci i młodzieży.
2. Biura podróży, których oferta turystyczna dla dzieci i młodzieży stanowiła gałąź ogólnej oferty.

Wszystkie biura podróży przyporządkowano również do konkretnych miejscowości. Klasyfikację tę zaprezentowano w tabeli 5.

W 2015 roku na terenie województwa zachodniopomorskiego funkcjonowało tylko sześć podmiotów specjalizujących się w wyjazdach turystycznych dzieci i młodzieży. Najwięcej z nich, gdyż aż cztery, zlokalizowanych było w Szczecinie. Były to następujące biura podróży: Biuro Podróży „Travel Shop Sp. z.o.o”, Biuro Podróży „Traper”, Biuro Podróży „Wer-Tour” oraz „AKME Edukacja i Wypoczynek”. Stanowiły one 10,53% wyodrębnionych przedsiębiorstw. Poza Szczecinem, w grupie podmiotów specjalizujących się w wypoczynku dzieci i młodzieży znalazło się także jedno biuro z Koszalina, tj. Biuro Turystyki Aktywnej „DB-Active” oraz jedno biuro z Kołobrzegu – Centrum Edukacji i Wypoczynku „Active Planet” (po 2,63% każde). Podobnie jak w pierwszej grupie, tak również w drugiej, gdzie znalazły się biura podróży niespecializujące się w wyjazdach dla młodych konsumentów (32 biura podróży), dominowały podmioty prowadzące działalność na terenie miasta Szczecin (razem 21 podmiotów, a zatem 55,26% łącznie w obu grupach). Należały do nich biura podróży o następujących nazwach: „AS”, „Oriz”, „Fair-Play Travel”, Biuro Organizacji Imprez „Traper Tour”, „Evatrans Sp. z.o.o”, „Anawa Tour”, „Ekspedycja s.c.”, „Globtour”, „Hepi Sport-Turystyka”, „Stork Travel”, „Jaguar Travel”, „Grelant T”, „Allegra”, „Happy Travel”, „Magellan”, „Britas”, „Namaxa Tour”, „Odra Travel”, „Pelikan”, „Maria” oraz „Roma”. Na drugiej

pozycji natomiast znalazły się biura podróży funkcjonujące w Koszalinie, drugim pod względem powierzchni mieście województwa zachodniopomorskiego. Liczba biur podróży, których oferta turystyczna dla dzieci i młodzieży stanowiła część ogólnej oferty wyniosła łącznie cztery podmioty (tj. Biuro Usług Turystyczno-Spedycyjnych „Atlas”, Biuro Usług Turystycznych „Ava-Tour”, Biuro Podróży „Exodos” oraz Biuro Turystyczne „LemTour”), a zatem niecałe 10,53% ogólnej liczby podmiotów sklasyfikowanych w dwóch grupach. Oferty turystyczne dla dzieci i młodzieży posiadają również biura podróży ze Świnoujścia (Biuro Turystyki Skandynawskiej „Fregata”, Biuro Aktywnej Turystyki „Partner”), Kołobrzegu (Biuro podróży „Navigator”, „Planik Travel”, „Amatur”) oraz Stargardu (Biuro Turystyczne „Maria Tour”).

Tabela 4. Zestawienie biur podróży posiadających w swojej ofercie propozycje wypoczynku dla dzieci i młodzieży w województwie zachodniopomorskim w 2015 roku

Lokalizacja biura	Nazwa biura
Szczecin	<ul style="list-style-type: none"> – Biuro Podróży „AS” – Biuro Podróży „Oriz” – Biuro Podróży „Travel Shop Sp. z o.o.” – Biuro Podróży „Fair-Play Travel” – Biuro Organizacji Imprez „Traper Tour” – Biuro Podróży „Wer-Tour” – Biuro Turystyki Zagranicznej „Evatrans sp. z o.o.” – Biuro Podróży „Anawa Tour” – Centrum Aktywnego Wypoczynku Ekspedycja s.c. – Biuro Podróży i Turystyki „Globtour” – „Hepi Sport-Turystyka Piotr Henschke” – Biuro Turystyczne „Stork Travel” – Biuro Podróży „Jaguar Travel” – Biuro Podróży „Greland Tour” – Biuro Podróży „Allegra” – Biuro Turystyczne „Magellan” – Biuro Podróży „Happy Travel” – Biuro Podróży i Turystyki „Britas” – Biuro Podróży „Namaxa Tour” – Biuro Turystyczne „Odra Travel” – Biuro Turystyki „Pelikan” – AKME Edukacja i Wypoczynek – Biuro Podróży „Maria” – Biuro Turystyczne „Roma” – Biuro Podróży „Traper”
Kołobrzeg	<ul style="list-style-type: none"> – Biuro Usług Turystycznych „Navigator” – Polskie Biuro Podróży Michał Wolski – Biuro Turystyczne „Planik Travel” – Centrum Edukacji i Wypoczynku „Active Planet” – Biuro Usług Turystycznych „Amatur”
Stargard	<ul style="list-style-type: none"> – Biuro Turystyczne „Maria Tour”
Świnoujście	<ul style="list-style-type: none"> – Biuro Turystyki Skandynawskiej „Fregata” – Biuro Aktywnej Turystyki „Partner”
Koszalin	<ul style="list-style-type: none"> – Biuro Usług Turystyczno-Spedycyjnych „Atlas” – Biuro Usług Turystycznych „Ava-Tour” – Biuro Podróży „Exodos” – Biuro Turystyki Aktywnej „DB-Active” – Biuro Turystyczne „LemTour”

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Centralna Ewidencja i Wykazy w Turystyce.

Tabela 5. Biura specjalizujące się w wypoczynku dzieci i młodzieży bądź posiadające w ofercie wyjazdy turystyczne dla omawianej grupy

Miejscowość	Rodzaj biura podróży	
	biura podróży specjalizujące się w organizacji wyjazdów turystycznych dla dzieci i młodzieży	biura podróży, których oferta turystyczna dla dzieci i młodzieży stanowi gałąź ogólnej oferty
Kołobrzeg	1	4
Koszalin	1	4
Stargard	0	1
Szczecin	4	21
Świnoujście	0	2
Razem	6	32

Źródło: opracowanie własne na podstawie Centralnej Ewidencja i Wykazów w Turystyce oraz stron internetowych biur podróży.

Wśród wyłonionych biur podróży oferujących wypoczynek dla dzieci i młodzieży w województwie zachodniopomorskim zaobserwowano konkretne rodzaje ofert turystycznych. Ich analiza pozwoliła na dokonanie podziału według następujących kategorii: wycieczki szkolne krajowe jednodniowe, wycieczki szkolne krajowe wielodniowe, wycieczki szkolne zagraniczne jednodniowe, wycieczki szkolne zagraniczne wielodniowe, kolonie i obozy letnie krajowe, kolonie i obozy letnie zagraniczne, zimowiska krajowe, zimowiska zagraniczne oraz zielone szkoły krajowe. W tabeli 6 zestawiono wskazane oferty turystyczne w odniesieniu do lokalizacji biura podróży.

Tabela 6. Rodzaje ofert turystycznych dla dzieci i młodzieży w województwie zachodniopomorskim w 2015 roku

Rodzaje ofert turystycznych	Miasto					
	Kołobrzeg	Koszalin	Stargard	Szczecin	Świnoujście	razem
Kolonie i obozy letnie krajowe	2	4	0	11	0	17
Kolonie i obozy letnie zagraniczne	1	3	0	9	0	13
Wycieczki szkolne krajowe jednodniowe	4	3	1	17	2	27
Wycieczki szkolne krajowe wielodniowe	4	3	1	17	2	27
Wycieczki szkolne zagraniczne jednodniowe	4	1	1	15	2	23
Wycieczki szkolne zagraniczne wielodniowe	3	1	1	13	1	19
Zimowiska krajowe	0	4	0	8	0	12
Zimowiska zagraniczne	1	2	0	6	0	9
Zielone szkoły – krajowe	1	2	0	6	0	9

Źródło: opracowanie własne na podstawie stron internetowych biur podróży.

Najbardziej popularnymi ofertami turystycznymi skierowanymi do dzieci i młodzieży w województwie zachodniopomorskim okazały się zarówno wycieczki szkolne krajowe jednodniowe, jak i wielodniowe. W obu przypadkach propozycje te posiadało łącznie 27 biur podróży (po 17 podmiotów ze Szczecina, po 3 podmioty z Koszalina, po 4 podmioty z Kołobrzegu i po 1 podmiocie w Stargardzie i Świnoujściu), a zatem nieco ponad 70% przeanalizowanych podmiotów. Ponadto popularne były także wycieczki szkolne zagraniczne. Wycieczki tego typu, których czas trwania obejmuje jeden dzień, można znaleźć w 15 biurach podróży funkcjonujących na

terenie miasta Szczecin (39,47% ogółu biur podróży). Co ciekawe, drugim dominującym miastem pod tym względem nie był Koszalin, lecz Kołobrzeg. Zagraniczne wyjazdy jednodniowe posiadają bowiem w ofercie cztery podmioty (tj. Polskie Biuro Podróży Michał Wolski, Biuro Turystyczne „Planik Travel”, Centrum Edukacji i Wypoczynku „Active Planet” i Biuro Usług Turystycznych „Amatur”).

Organizacją krajowych koloni i obozów letnich zajmuje się w województwie zachodniopomorskim łącznie 17 podmiotów (44,74% ogółu), z czego 11 z nich zlokalizowanych jest na terenie Szczecina, 4 w Koszalinie oraz 2 w miejscowości nadmorskiej – Kołobrzegu. Ofert tego rodzaju nie posiadają biura podróży ze Stargardu czy Świnoujścia. Podczas analizy stron internetowych biur podróży zaobserwowano również, że w województwie zachodniopomorskim funkcjonuje zaledwie 13 podmiotów, które oferują wyjazdy na kolonie i obozy letnie za granicę. W Szczecinie na tego typu propozycje można liczyć ze strony takich biur podróży, jak: Biuro Podróży „Travel Shop Sp. z o.o.”, Biuro Podróży i Turystyki „Globtour”, Biuro Podróży „Jaguar Travel”, Biuro Podróży „Happy Travel”, Biuro Podróży i Turystyki „Britas”, Biuro Turystyki „Pelikan”, AKME Edukacja i Wypoczynek, Biuro Podróży „Maria” oraz Biuro Podróży „Traper”. W Koszalinie natomiast świadczeniem usług turystycznych w postaci koloni i obozów letnich zagranicznych zajmują się tylko 3 podmioty – Biuro Turystyki Aktywnej „DB-Active”, Biuro Podróży „Exodos” oraz Biuro Turystyczne „Lemtour”, a w Kołobrzegu Biuro Usług Turystycznych „Amatur”.

Kolejnym typem oferty w biurach podróży prowadzących działalność na Pomorzu Zachodnim są zimowiska, zarówno krajowe, jak i zagraniczne. Pierwsze z wymienionych oferują wyłącznie biura podróży ze Szczecina i Koszalina, a dokładniej mówiąc 8 podmiotów ze stolicy województwa i o połowę mniej podmiotów, gdyż 4, z Koszalina. Niedobór tego rodzaju ofert występuje w pozostałych miejscowościach, tj. Stargardzie, Świnoujściu i Kołobrzegu. Podobną sytuację zaobserwowano również w przypadku zimowisk zagranicznych, które znajdują się w ofercie dwóch największych miast województwa oraz w jednym biurze podróży z Kołobrzegu (Centrum Edukacji i Wypoczynku „Active Planet”).

Na koniec warto także dodać, że w województwie zachodniopomorskim najrzadziej spotykanymi ofertami wyjazdów dla dzieci i młodzieży na wypoczynek okazały się zielone szkoły. Wszystkie podmioty (tj. 9 biur podróży – 6 biur ze Szczecina, 2 biura z Koszalina oraz 1 z Kołobrzegu) skupiły się na organizacji tego typu wyjazdu tylko w kraju.

Podsumowanie

Przeprowadzona krótka analiza wykazała, że w województwie zachodniopomorskim funkcjonuje niewielka liczba biur podróży, których odbiorcą są dzieci i młodzież. Może mieć to związek z faktem, że prowadzenie biura podróży dla dzieci i młodzieży na szczeblu regionalnym nie należy do działalności łatwych ze względu na nasiloną, dość rozdrobnioną konkurencję. Niemniej jednak badanie pozwoliło na wyodrębnienie w województwie zachodniopomorskim kilku potentatów na rynku turystyki dzieci i młodzieży. Należą do nich: Biuro Podróży „Travel Shop Sp. z o.o.”, Biuro Podróży „Traper”, AKME Edukacja i Wypoczynek czy Biuro Podróży „Exodos”. Do

najbardziej popularnych ofert turystycznych na Pomorzu Zachodnim należą natomiast wycieczki szkolne krajowe i zagraniczne jednodniowe lub wielodniowe. Większość z nich znaleźć można w biurach podróży zlokalizowanych na terenie Szczecina i Koszalina.

Na zakończenie warto także dodać, że przedstawione w artykule wyniki nie prezentują całościowego obrazu rynku biur podróży i ich oferty dla dzieci i młodzieży na wybranym obszarze. Są jedynie pewnym zarysem, który może stanowić wstęp do przeprowadzenia ogólnokrajowych, bardziej szczegółowych badań, np. w podziale na poszczególne województwa i konkretne cechy prezentowanej oferty, co ostatecznie mogłoby się przełożyć się na dokonanie porównań i wyciągnięciu wartościowych wniosków.

Literatura

- Bochenek, M. (2008). *Turystyka w edukacji dzieci i młodzieży*. Biała Podlaska: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego J. Piłsudskiego w Warszawie. Zamiejscowy Wydział Wychowania Fizycznego w Białej Podlaskiej.
- Bosiacki, S., Śniadek, J. (red.) (2004). *Metodyka i technika obsługi ruchu turystycznego*. Poznań: Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu.
- Centralna Ewidencja Organizatorów i Pośredników Turystycznych. Pobrano z: https://turystyka.gov.pl/ceotipt/statystyki/statystyki_ceotipt_p_86.html (7.11.2015).
- Centralna Ewidencja i Wykazy w Turystyce. Ministerstwo Sportu i Turystyki. Pobrano z: turystyka.gov.pl (10.11.2015).
- Denek, K. (2009). *Aktywność krajoznawczo-turystyczna dzieci i młodzieży w edukacji szkolnej*. Pobrano z: http://www.lider.szs.pl/biblioteka/download.php?plik_id=230&f=artykul_230.doc (7.11.2015).
- Kaczmarek, J., Stasiak, A., Włodarczyk, B. (2005). *Produkt turystyczny*. Warszawa: PWE.
- Konieczna-Domańska, A. (2008). *Biura podróży na rynku turystycznym*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Konieczna-Domańska, A. (2012). *Gospodarka turystyczna. Zagadnienia wybrane*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.
- Kurek, W. (red.) (2011). *Turystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Łobożewicz, T., Bieńczyk, G. (2001). *Podstawy turystyki*. Warszawa: Wyższa Szkoła Ekonomiczna.
- Meyer, B. (red.) (2006). *Obsługa ruchu turystycznego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Michalska-Dudek, I., Przeorek-Smyka R. (2010). *Marketing biur podróży*. Warszawa: C.H. Beck.
- Mikuta, B., Świątkowski, M. (red.) (2008). *Organizacja usług turystycznych i hotelarskich*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Nawara, H. (2012). *Kolonie i obozy. Zdrowe, radosne, bezpieczne*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu.
- Panasiuk, A. (2014). *Wymiary oferty turystycznej*. Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu nr 46. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu.
- Toczek-Werner, S. (red.) (2005). *Podstawy rekreacji i turystyki*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych. Tekst jednolity, Dz.U. 2004, nr 223, poz. 2268.

ANALYSIS OF TRAVEL AGENTS OFFER ADDRESSED TO CHILDREN AND YOUNG PEOPLE IN WEST POMERANIAN VOIVODESHIP

KEYWORDS | children's and youth tourism, travel agency, tourist offer, West Pomeranian Voivodeship

ABSTRACT | The aim of the article is to specify the number of travel agencies dealing with the organization of trips for children and young people in West Pomeranian voivodeship and the indication of the most popular deals for this segment. The article contains such elements as an introduction, three substantive parts and a summary. The first part includes theoretical aspects concerning the nature and importance of the operation of travel agencies with regard to children and young people. The other presents the most common types of tourist offers in the market for this target group, together with the tuple of their characteristics. The third presents an analysis the specific offices and most commonly offers in the local market.